



**BAYKUŞ  
ÖDÜLLERİ  
2013**



**Proje Adı:** Türkiye’de Lokal Modern Kanal Müşterisini Anlamak

**Araştırma Şirketi:** AIMS Analitik Bilgi Yönetimi Çözümleri

**Araştırma Veren:** UNILEVER Türkiye

**Ödül Alınan Kategori:** İÇGÖRÜLÜ BAYKUŞ ÖDÜLLERİ: -Görünmeyeni Keşfedenler-  
Tüketici İçgörüsü Geliştirme Araştırmaları

**Ödül Türü:** Altın ödül



## Araştırmanın Künyesi

**Araştırma Evreni:** Tekil süpermarket ve Yerel marketlerden Unilever'in 24 ürün grubundan herhangi birini satınalan alışverişçiler

### Örnekleme:

- Giriş ve çıkış anketi (n=878)
- Gözlem ve alışveriş sonrası derinlemesine görüşmeler (n=45)
- Rut takibi: (n=50)

Görüşülen kişiler; 19-64 yaş arası, hane tüketim ürünleri alışverişinden sorumlu kadınlar arasından seçilmiştir.

**Araştırmanın Coğrafi Kapsamı:** İstanbul, Ankara, Bursa ve Antalya

**Veri Toplama Yöntemi:** CAPI, Eye track teknolojisi, gözlem

**Araştırma Takvimi:** İstanbul saha çalışması: Mayıs 2011 / Ankara, Bursa ve Antalya: Ekim-Kasım 2011



## **İş Hedefleri, Araştırmanın Hedefi ve Araştırma Bulguları (Maksimum 400 kelime)**

Unilever, Lokal Modern Kanalda (LMK) faaliyet gösterdiği 24 ürün grubu nezdinde alışverişçi davranışlarını anlamak, satın alma karar sürecini etkileyen tüm mağaza içi dinamikleri ve plansız alımı yönlendiren etkileri tespit ederek aksiyona yönelik stratejik bilgi temin etmek ve bu kanalda büyümek istemiştir.

**ARAŞTIRMA BULGULARI REKABET  
NEDENİYLE PAYLAŞILMAMIŞTIR**



## Araştırma Sonrası Alınan Aksiyonlar ve Araştırmanın İş Sonuçlarına Etkileri

Unilever, Türkiye Perakendeciler Derneği (TPF) - Unilever işbirliği kapsamında, 2012 yılında “Yerel Süpermarket alışverişçisini tanımak” konulu toplantılar düzenlenmiştir.

Unilever, bu projeden elde ettiği bulguları ve deneyimlerini 4 büyük ildeki perakende dernekleri (PERDER) üyeleri, yerel süpermarket yetkilileriyle paylaşmış, 60 perakende noktasından sektör yetkilisi 250 kişiye ulaşarak büyük ilgi uyandırmıştır.

**ÜRÜN GRUBU BAZINDA AKSİYONLAR VE İŞ SONUÇLARINA ETKİLERİ REKABET NEDENİYLE PAYLAŞILMAMIŞTIR.**